

**COM-26**

## **COMMUNICATION D'ENTREPRISE : DEFINIR UNE STRATEGIE DE COMMUNICATION EN INTERNE**

### **OBJECTIFS PEDAGOGIQUES :**

*A l'issue de la formation, chaque participant devra mieux :*

- Identifier le périmètre évolutif de la communication interne
- Concevoir un plan de communication interne cohérent avec la stratégie de l'entreprise
- Maîtriser les différents types de communication interne
- Mesurer l'efficacité des actions
- Communiquer en période de changement ou de crise

### **CONTENU DU PROGRAMME DE LA FORMATION :**

- **Enjeux et impact des nouvelles technologies sur la communication interne**
  - ✓ Définition et missions de la communication interne.
  - ✓ Evolution de la fonction.
  - ✓ Communication interne et accompagnement du changement.
  - ✓ Impact des technologies sur l'organisation.
  - ✓ Le management et la fonction communication interne.
- **Concevoir un plan de communication interne**
  - ✓ Diagnostiquer l'existant : système de recueil de l'information.
  - ✓ Animer des réunions et des entretiens individuels.
  - ✓ Analyser et définir ses priorités en fonction des cibles.
  - ✓ Adapter son plan de communication avec la stratégie de l'entreprise.
  - ✓ Méthodologie du plan de communication interne.
- **Moyens et outils de la communication interne**
  - ✓ Les différents types de communication interne : descendante, ascendante, transversale...
  - ✓ Le choix des supports.
  - ✓ Les nouveaux moyens de communication interne.
  - ✓ Les techniques de créativité utiles : trouver des idées innovantes.
  - ✓ Les évolutions récentes de l'intranet : fonctions clés.
  - ✓ Les dispositifs de communication numériques : newsletter, blogs d'entreprise.

- **Mesurer l'efficacité et le retour sur investissement de ses actions**
  - ✓ Les différents outils de mesures des actions.
  - ✓ Fixer et suivre ses indicateurs de performance.
  - ✓ Recueillir des informations : les moyens.
  - ✓ Assurer le suivi.
- **Communication, crise et changement**
  - ✓ Anticiper et préparer sa communication.
  - ✓ Animer un réseau de communicants.
  - ✓ Déterminer le rôle de l'encadrement.
  - ✓ Préparer et annoncer une réorganisation, une restructuration, un changement.
  - ✓ Rédiger un plan de communication de crise : messages et outils.

### PUBLIC CIBLE :

- Chef d'entreprise
- Managers

### DUREE DE LA FORMATION :

03 journées de 8 heures chacune

### ANIMATEUR :

Formateur spécialisé